

Deux ans après sa reprise par l'entrepreneur Bruno Pani, l'ancien Cercle de Lorraine s'est mué en social club avec l'ancien patron de Delhaize, Denis Knoops, en nouveau porte-étendard.

«Le business club, c'est LinkedIn; nous voulons aussi être Facebook, Instagram et TikTok»



À la tête de TheMerode, Isabel Casteleyn (CEO), Denis Knoops (président exécutif) et Bruno Pani (fondateur et propriétaire), veulent faire de l'ancien Cercle de Lorraine un véritable social club. © SASKIA VANDERSTICHELE

DENIS KNOOPS, UN HOMME TRÈS OCCUPÉ

Quasiment cinq ans après avoir quitté le groupe Delhaize, Denis Knoops (56 ans) n'a sans doute jamais été aussi actif. Il a investi dans plusieurs PME, fonds et start-ups/scale-ups dans lesquels il joue le plus souvent un rôle d'administrateur actif.

Il a notamment repris, avec d'anciens collègues de Delhaize, De Vismijn, un producteur de croquettes aux crevettes artisanales qui avait été placé en PRJ. On le trouve aussi chez Chronostock (magasins éphémères) et Cash Converters (magasins de seconde main). Il fait également partie de Profinpar, le fonds belge lancé par 45 investisseurs-entrepreneurs pour soutenir le développement de PME et d'entreprises familiales, qui a récemment investi dans la chaîne de magasins de vélos électriques Barracuda. Il a aussi mis des billes dans Infinity Mobile (magasins éphémères en ligne) et dans la biotech EyeD Pharma. Il y a un peu plus de deux ans, juste avant la pandémie, Denis Knoops est également devenu président de finance. brussels.

S'il est sorti de la chaîne de friteries wallonnes Fritapapa (passée depuis son arrivée de 2 à 14 points de vente), il a récemment investi dans deux autres start-ups: JobGether (plateforme de recrutement) et Linatelle (un fabricant de crackers à base de drêche de bière).

Avec, à présent, la présidence exécutive de TheMerode, Denis Knoops tient donc plus que jamais la forme.

JEAN-FRANÇOIS SACRÉ

Ils sont là tous les trois par un après-midi suffoquant de la mi-août dans une salle de l'ex-Hôtel de Merode, face au Palais de justice de Bruxelles. Il y a Bruno Pani, patron de l'agence de communication événementielle Profirst, qui a repris il y a deux ans l'ancien Cercle de Lorraine tombé en PRJ. Il y a Isabel Casteleyn, la CEO, ancienne communicante passée par le cabinet Wathelet fils, la Creg et Akkanto, et il y a le nouveau venu, Denis Knoops.

L'ancien patron de Delhaize, devenu serial investisseur, a été fraîchement nommé président exécutif de ce qui s'appelle désormais sobrement TheMerode. Un mandat de plus pour cet hyperactif visiblement dopé aux endorphines que génère sa pratique régulière de la course à pied (lire l'encadré).

Démarche holistique

L'abandon du terme «cercle» n'est pas le fruit du hasard. L'équipe de TheMerode entend abattre les murs et avoir une approche holistique de son activité.

«Nous nous définissons davantage comme un social club que comme un business club», détaille Isabel Casteleyn, car dans une période de crise telle que nous la connaissons, à la fois environnementale et économique, nous sommes convaincus que les gens ont besoin de changement, de se reconnecter entre eux après deux années de crise sanitaire où tout passait par le digital. On veut donc réhumaniser les relations humaines. Voilà pourquoi TheMerode réunit le monde du business, certes, mais aussi celui de la culture, de la

santé, de l'éducation.»

Lorsque Bruno Pani et ses associés de Profirst ont repris les lieux, on était en pleine pandémie. «Comme tout était fermé, cela nous a donné le temps de prendre du recul, de réfléchir à ce que nous voulions faire de cet endroit», raconte-t-il. Cette période était propice au changement. Nous avons découvert un endroit dans un état pas possible avec des cadavres dans les placards et un nombre de membres surévalué. On nous parlait de 1.500 personnes, mais il n'y en avait pas 400 en ordre de cotisation.»

Aujourd'hui, TheMerode veut être une «plateforme de changement collectif en partageant du savoir et en provoquant des rencontres», poursuit-il.

Les dirigeants de TheMerode disent s'être inspirés à la fois du club londonien The Conduit, qui se définit comme «une communauté collaborative de personnes qui s'engagent à créer un avenir juste, prospère et durable» et de la plateforme de connaissances Ted, mais en live pour développer les interactions. «Quand on met au point notre programme d'activités, on se pose trois questions, enchaîne Isabel Casteleyn: Émerveillons-nous les gens? Leur apprenons-nous quelque chose? Les faisons-nous se rencontrer?»

Après les 250.000 euros engagés pour reprendre le fonds de commerce (le bâtiment étant loué à une immobilière), quelque deux millions d'euros ont été investis depuis la reprise: d'abord pour tenir en période covid, ensuite pour réaménager les lieux – sous la direction créative de Bruno Pani –, recruter et former du personnel (une quinzaine de personnes), élaborer un programme,

développer le marketing, etc.

Côté revenus, les ressources viennent du membership, de la mise à disposition des lieux pour des événements d'entreprises ou autres, et d'un corporate club devant compter à terme une cinquantaine de sociétés payant 14.500 ou 35.000 euros par an en fonction des services fournis (location de salles, événements, catering...). «Pour le membership, on est en avance; pour le corporate club, légèrement en retard par rapport à notre business plan», résume Bruno Pani.

Éclectique

Lancé en novembre dernier, le pari, à en croire les chiffres brandis par ses responsables, semble sur la voie d'être tenu. TheMerode revendique 24 entreprises pour le corporate club et 1.400 membres individuels, dont environ 600 femmes. Un nouveau membre sur deux est de sexe féminin. Un tiers a moins de 35 ans. Leur profil? Intergénérationnel, avec des patrons, des entrepreneurs, des startups, des gens de la tech, des professions libérales, des personnes issues du monde culturel, des galeristes...

Les membres sont à l'image de la programmation, éclectique: aux conférences s'ajoutent des visites d'entreprise ou d'atelier, des cocktails, des événements, des séminaires, des expos – les lieux s'y prêtent, avec plus d'une centaine d'œuvres accrochées aux cimaises – de la restauration (avec la cheffe étoilée Isabelle Arpin aux fourneaux du restaurant Ciao et le traiteur JML traiteur pour le catering, les bars et le restaurant dans les écuries), des espaces de télétravail, du fitness et même une salle de cinéma où sont organisées des

avant-premières avec le distributeur Cinéart.

De la start-up à la scale-up

Denis Knoops, le troisième larron, se sent comme un poisson dans l'eau avec ce concept. «Le pari est d'ores et déjà réussi, clame-t-il: le proof of concept a été validé, les chiffres en témoignent. À présent, il faut aller plus loin, passer du mode start-up au mode scale-up, et industrialiser l'ensemble.»

C'est l'épouse de Bruno Pani, dont la société de graphisme travaillait à l'époque pour Delhaize, qui l'a mis en contact avec Denis Knoops. Celui-ci dit avoir vu dans TheMerode la pièce manquante du puzzle de ses innombrables activités.

«J'étais membre de l'ancien Cercle de Lorraine, j'y rencontrais beaucoup de vieux messieurs en cravate Hermès; je n'ai rien contre eux, mais c'était un peu limité. Ce qui m'a plu ici, c'est cette approche holistique; cela colle avec mon côté généraliste et animal social. J'aime ce papillonnage, rencontrer des gens différents, des jeunes qui veulent des conseils, des seniors qui veulent rebondir, des startups, des gens du monde de la culture.»

Denis Knoops arrive avec son carnet d'adresses, son réseau et son expérience multiformes comme dirigeant, entrepreneur et investisseur. Il aura un rôle d'animateur, de facilitateur.

Cet amateur de formules résume de manière cinglante sa mission et celle de TheMerode: «Au fond, un business club c'est LinkedIn; nous, on veut être LinkedIn, Facebook, Instagram, TikTok et Twitter à la fois.»

«Quand on met au point notre programme d'activités, on se pose trois questions: Émerveillons-nous les gens? Leur apprenons-nous quelque chose? Les faisons-nous se rencontrer?»

ISABEL CASTELEYN
CEO DE THEMERODE